

## MATERIAL DE APOYO

# GUÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Construir una estrategia de comunicación implica mucho más que simplemente decidir qué queremos decir. Es un proceso que requiere planificación, análisis y una comprensión profunda del contexto en el que vamos a comunicar. Para lograr una estrategia efectiva, es clave responder preguntas fundamentales y asegurarnos de que cada decisión esté alineada con nuestros objetivos y con el público al que queremos llegar.

## 1. Conocer el contexto: el punto de partida

Antes de definir qué vamos a comunicar, es fundamental comprender el entorno en el que se insertará nuestra estrategia. Para ello, debemos investigar y analizar:

- **El problema o tema central:** ¿Sobre qué queremos comunicar? ¿Cuál es su relevancia en el contexto actual?
- **Las personas involucradas:** ¿Quiénes son los actores y actrices clave? ¿Qué intereses, valores o experiencias los atraviesan?
- **El territorio y sus características:** ¿Dónde se desarrolla la comunicación? ¿Qué dinámicas culturales, económicas o sociales influyen en la forma en que se recibe la información?
- **Los recursos disponibles:** ¿Con qué herramientas contamos para producir y difundir nuestros mensajes?

Una vez que tengamos esta información, podremos tomar decisiones estratégicas con mayor precisión.

## 2. Definir el objetivo: para qué nos comunicamos

Toda comunicación tiene una intención. Por eso, el primer paso para construir una estrategia es preguntarnos:

👉 **¿Qué buscamos generar con nuestra comunicación?** Queremos:

- **Informar** sobre un hecho o tema
- **Generar conciencia** o sensibilizar sobre una problemática
- **Persuadir o convencer** sobre una idea o acción
- **Provocar una reflexión** en nuestro público
- **Movilizar o incentivar una acción concreta**
- **Entretenimiento y creatividad**, generar interés desde otro enfoque

Definir un **objetivo claro** nos permitirá orientar todo el resto de la estrategia.

## 3. Identificar el contenido: qué queremos decir

El contenido de nuestros mensajes debe estar alineado con el objetivo que nos propusimos. Para ello, es útil preguntarnos:

- 👉 **¿Cuáles son las ideas principales que queremos transmitir?**
- 👉 **¿Qué datos, testimonios o narrativas pueden fortalecer nuestro mensaje?**
- 👉 **¿Cómo podemos hacer que el contenido sea atractivo y claro para nuestro público?**

#### **4. Conocer a la audiencia: a quiénes nos dirigimos**

Saber a quién le hablamos es tan importante como saber qué queremos decir. No todas las personas reciben la información de la misma manera, por eso es clave definir nuestro público objetivo.

- 👉 **¿Quiénes son nuestros destinatarios/as?** (edad, intereses, hábitos de consumo de información, nivel educativo, contexto sociocultural, etc.)
- 👉 **¿Cómo se comunican?** (redes sociales, medios tradicionales, lenguaje informal o técnico, imágenes o texto, etc.)
- 👉 **¿Qué les interesa o preocupa?**

Cuanto más conozcamos a nuestra audiencia, mejor podremos adaptar nuestro mensaje para que realmente llegue y genere impacto.

#### **5. Diseñar la estrategia: cómo lo vamos a comunicar**

Aquí definimos los formatos, soportes y medios a utilizar.

- 👉 **¿Qué tipo de producto o pieza comunicacional vamos a crear?**

- Nota periodística
- Podcast
- Video documental o de ficción
- Infografía
- Campaña en redes sociales
- Spot de radio
- Performance o intervención urbana

👉 **¿Por qué elegimos este formato?** ¿Se adapta bien a nuestro público? ¿Es la mejor manera de transmitir nuestro mensaje?

👉 **¿Por qué canales vamos a difundirlo?** Redes sociales, radio, televisión, carteles, diarios barriales, páginas web, encuentros presenciales, etc.

Es fundamental asegurarnos de que **el medio que elegimos sea accesible y relevante para nuestra audiencia.**

#### **6. Evaluar el impacto: cómo medimos los resultados**

Toda estrategia debe contemplar una instancia de evaluación para saber si cumplimos nuestros objetivos.

👉 **¿Cómo sabemos si nuestro mensaje llegó de manera efectiva?**

👉 **¿Cómo medimos la participación o interacción del público?**

👉 **¿Qué elementos podemos mejorar para futuras estrategias?**

La evaluación nos permite ajustar, corregir y potenciar nuestra comunicación.

## **Conclusión**

Una estrategia de comunicación bien construida no surge de la improvisación, sino de una planificación que contempla el contexto, los objetivos, el público, los mensajes, los medios y la evaluación. Cuanto más clara y detallada sea nuestra planificación, mayor impacto tendrán nuestras acciones comunicacionales.

Este material sirve como una guía inicial, pero lo más importante es que cada equipo explore, experimente y ajuste su estrategia según sus propias necesidades y objetivos.